

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PONTES E LACERDA

SENTIDOS NO OLHAR

VLADIMIR COSTA BEZERRA

PONTES E LACERDA, AGOSTO DE 2002

7479

Turma 2002/1

EX.02

ESTADO DE MATO GROSSO
SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE PONTES E LACERDA

SENTIDOS NO OLHAR

Ensaio Monográfico para a conclusão do
Curso de Licenciatura Plena em Letras -
Universidade do Estado de Mato Grosso -
Campus de Pontes e Lacerda.

Orientadora Profª Marlene Flores

Pontes e Lacerda, agosto de 2002

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus irmãos,
Valgoni, Valter, Valdizia, Valdinizia e a
Madilene. Foi na convivência com eles
que começou meu mundo ideológico.

AGRADECIMENTOS

A todos aqueles que conviveram e convivem comigo nesta jornada. Foram e são de forma direta ou indireta que contribuíram na construção de meus conhecimentos.

A meu pai e minha mãe pelo que fizeram e fazem por mim e pelos meus; pelo amor, carinho, atenção, por gerar-me. Por tudo. Vocês são tudo para mim, amo-os demais.

A você Gláucia, me faltam palavras, és tão especial, maravilhosa mulher, mulher dos sonhos, mulher real, companheira em todas as horas. O teu carinho envolto de dedicação recheado de amor foi e é fonte de expiração. Foge-me neste momento as palavras tão grande é a emoção de pensar em ti, mas não foge meu amor.

A você Vladwoguer meu primogênito, que tantos fins de semana não pude brincar com você, face às tarefas da faculdade.

A você Jordashe que chegou no meio desta jornada, veio dar mais luz para nossa família.

A todos os funcionários de minhas empresas pelo apoio nos momentos certos que estive ausente.

A Nilzeti, Everaldo, Maria Evangelista, Márcia e ao Ricardo, Carlito, Roseli, companheiros de lutas no mundo das idéias.

A professora Shirlei Mashio (in memorium), e em especial a professora Marlene Flores que tanto me ajudou em todo o curso.

O homem que não vê além da montanha,
não sabe de sua existência.

Vladimir C. Bezerra

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	07
CAPÍTULO I	
A casa Hope.....	09
CAPÍTULO II	
Imagem e olhar.....	13
CAPÍTULO III	
Sentidos dependem do olhar.....	17
Considerações finais.....	23
Referencias bibliográficas.....	24
Anexo.....	25

INTRODUÇÃO

O meu primeiro contato com a disciplina de Lingüística no segundo semestre do curso foi um fato marcante. Ao relatar ao professor da referida disciplina, a minha dificuldade em relação ao falar certo ou errado, proporcionou a ele iniciar a aula a partir de minha fala. Este fato despertou-me curiosidade sobre como utilizar as informações e de que forma estas informações davam um certo sentido para mim e diferente sentidos para as demais pessoas. Desde o início do curso falava-se muito sobre as entrelinhas, isto é, o que não estava posto, em evidência no discurso ou na imagem. E isto me excitava muito a busca pelo oculto. Oculto de quem? Por quê? O que está posto não é verdade? Várias interrogações me surgiam.

Durante o curso pude ver através de leituras que o sentido ocupa um determinado significado, dependendo da posição ideológica e discursiva de cada sujeito isto é, o sentido dado a determinado discurso ou imagem deve-se ao contexto sócio histórico e ideológico de cada pessoa.

O homem interage uma forte relação com o meio ambiente e sofre influências físicas e psico-sociais. Ele é um ser que induz e é induzido, compulsivo por natureza, basta-lhe um fato lingüístico para que haja uma interação. Interação está que se dá muitas vezes através dos meios de comunicação.

Os meios de comunicação que até poucos anos atrás eram tão restritos, hoje bem diversificados contribuem para que pessoas menos favorecidas economicamente tenham acesso a alguns meios destes e possam ampliar o seu mundo lingüístico.

É através destas observações que podemos comprovar mais e mais que o homem é constituído de linguagem. E diante do aumento do mundo lingüístico o discurso é peça fundamental, porque através da ideologia, a decodificação de símbolos ou signos o sentido pode variar, ou seja, o sentido pode ser de várias formas.

Sentidos esses que muitas vezes chamam por significados aqui ou ali. Sabemos que os sentidos também funcionam sem nenhuma ordem opressora ou hierárquica. Diante dessas inquietações que tive e tenho em relação aos sentidos me propus analisar a propaganda Casa Hope (em anexo), uma casa de apoio ao menor carente com câncer.

Para tanto busquei noções teóricas sobre o funcionamento dos sentidos na teoria da Análise de Discurso.

CAPÍTULO I

A CASA HOPE

Casa de Apoio ao Menor Carente com Câncer - é uma entidade da sociedade civil, sem fins lucrativos (www.hope.org.br/).

Desde 1996, a Hope vem se dedicando em tempo integral às crianças e adolescentes carentes com câncer e transplantados de medula óssea (provenientes de todos os estados do Brasil e do próprio município que buscam tratamento especializado na cidade de São Paulo).

Hoje, são quatro unidades em São Paulo, que oferecem apoio financeiro e psicossocial extensivo ao familiar acompanhante.

São Paulo é reconhecidamente o maior centro de referência no tratamento do câncer infantil do país. Muitas crianças e adolescentes, na maioria carentes, procuram esta cidade para realizar os tratamentos para suas doenças.

A Casa Hope foi criada para dar abrigo, alimentação e todo tipo de suporte a esses menores durante o período de tratamento. A criança com a doença é acolhida junto com um familiar (que a acompanha em tempo integral), e recebem assistência odontológica, psicossocial, educacional, vestuário e transporte pelo tempo que for necessário.

As crianças recebem acompanhamento pedagógico individualizado. Os pais e familiares recebem treinamento profissionalizante e todo o tipo de orientação para que amanhã eles possam estar mais preparados na reintegração social, no convívio familiar e no mercado de trabalho. Este trabalho é inteiramente gratuito, logo, precisa

de recursos para que seja mantido. A sociedade e os órgãos públicos sempre estiveram lado a lado com a Casa Hope contribuindo de várias formas com a entidade. Como o câncer é uma doença de alta complexidade e elevado custo, é necessário o apoio de novas formas de parceria para que este trabalho tenha continuidade e seja aperfeiçoado a cada dia.

O trabalho da Hope se divide em:

Serviço Social

A ação neste setor visa dar suporte e orientar a permanência das famílias atendidas na Casa Hope (ou em São Paulo), proporcionando dignidade e respeito a todos. Estas famílias devem restabelecer a confiança no futuro e ser reintegradas à sociedade. Este trabalho complementa as atividades dos setores de psicologia e educacional.

Psicologia

Desenvolvemos um trabalho de apoio psicológico que visa minimizar o stress provocado pela doença. É um trabalho de auxílio fundamental no tratamento de recuperação do paciente

Atividades Recreativas

Procuramos aproximar as crianças e adolescentes com câncer a tudo aquilo que caracteriza uma vida normal, desfocando-os da doença e fazendo com que os vínculos sociais e afetivos sejam mantidos. Desenvolvemos atividades recreativas e artesanais ministradas pelos voluntários de nossa entidade.

Alimentação

Nossa proposta é oferecer uma alimentação balanceada, de acordo com a prescrição médica, para que o paciente adquira resistência física para suportar a alta taxa de toxicidade provocada pelo tratamento (quimioterapia, radioterapia, transfusões, etc.).

Transporte

A Hope conta com Kombis doadas pela iniciativa privada para o transporte seguro e diário dos pacientes e familiares aos diversos hospitais. Desta forma garantimos a continuidade dos tratamentos e evitamos a riscos de contaminação, uma vez que o estado físico das crianças e adolescentes é muito frágil nesta fase.

No momento que começamos a colher resultados do trabalho social que a Hope vem desenvolvendo desde 1996, nossa alma vibra com a energia positiva de toda uma equipe. Que soma: trabalho e idealismo. Compartilhar com você este momento de crescimento, é como se quiséssemos dizer em voz alta: "Estamos conseguindo! E... isso é maravilhoso!!!". Já está pronto o projeto da HOPE - Núcleo Assistencial A Criança E Adolescente Com Câncer E Transplantados De Medula Óssea. Foi elaborado pelo Arquiteto Ruy Othake. Através de campanhas institucionais temos como objetivo captar os recursos necessários para a construção desta obra tão necessária a nossa comunidade.

Estaremos também ampliando nossa capacidade de atendimento, acolhendo estas famílias mais dignamente com um serviço técnico de maior qualidade. Iniciamos a campanha Adote um Leito, cujo objetivo é buscar patrocinadores para que mais leitos possam ser instituídos nos núcleos de apoio acolhendo as crianças com seus acompanhantes, provenientes de outros estados, de outros municípios e da cidade de São Paulo. Dez.98

A HOPE estabeleceu parceria com o LARAMARA, tendo a finalidade de apoiar e capacitar a criança cega com câncer.

VEJA O QUE A HOPE FAZ:

74 horas/ mês cursos complementares

11.100 refeições/ mês

5.040 passageiros transplantados/ mês

800 peças de vestuário/ mês

310 horas aulas/ mês

20 atendimentos odontológicos / mês

220 atendimentos psicológicos/ mês

300 atendimentos sociais/ mês

288 horas de recreação dirigida/ mês

2 passeios culturais/ mês com 24 participantes

24 participantes/ mês na oficina criativa

61 voluntários permanentes

CAPÍTULO II

IMAGEM E OLHAR

“os homens não nascem com os sentidos e os significados construídos e não os constroem apenas na relação com os objetos. Na interiorização do mundo exterior, o papel do outro é fundamental na atribuição de sentidos, e esse papel é exercido pela linguagem.”

Vygotsky (1991)

Concebida como uma teoria crítica da produção da linguagem iniciada na França por Michel Pêcheux na década de 1960, a Análise de Discurso (AD), teoria a qual me filio para este trabalho, se desdobra como um ponto de articulação de várias tendências científico-filosóficas: a lingüística, o marxismo e a psicanálise, interrogando às ciências sociais a transparência da linguagem, inserindo na lingüística a historicidade, num movimento em que conceito de indivíduo será deslocado para o de sujeito. Na lingüística há o questionamento sobre a transparência da língua, transformando-a em opaca. O Marxismo traz o materialismo histórico, o homem é que faz história, mas esta também não lhe é transparente. Na psicanálise há um deslocamento da noção de homem para sujeito. Sendo que, essa noção de sujeito constitui-se na relação com o simbólico na história.

A Análise de Discurso preocupa-se com o funcionamento dos processos os quais determina historicamente a constituição dos sentidos, considerando as condições de produção do discurso. Dessa forma, o terreno para compreensão do discurso, objeto teórico da AD, põe-se na exterioridade, nas condições histórico-ideológicas que determinam a produção do discurso; pois é nele que podemos constatar o modo social de produção de linguagem. Os conceitos básicos, constituintes da teoria crítica da linguagem, são: o sujeito, a história, o discurso, a ideologia e os sentidos, estando entrelaçados entre si. Desta forma não existe

possibilidade de estudar separadamente essas noções fundamentais, uma vez que, elas só existem e se realizam umas nas outras.

É através da relação da língua com o sujeito que podemos encontrar as regularidades da linguagem em sua produção. A AD concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social, Pêcheux (1997) faz uma referência ao afirmar “que só existe ideologia no discurso e este só existe no sujeito”. Tudo o que é ideológico tem um valor simbólico. Para Análise de Discurso não há sujeito sem ideologia, desta mesma forma, sem ideologia, não há linguagem. “podemos começar por dizer que a ideologia faz parte, ou melhor, é a condição para constituição do sujeito e do sentido.” (ORLANDI, 2000:46)

O sujeito da Análise de Discurso é uma conceituação teórica, uma representação é um não-ser, um estar fora-de-si, mas tal como existe socialmente, sujeito é um lugar de significação historicamente constituído.

A partir da conceituação de sujeito da Análise de Discurso é interessante expor o conceito de texto e discurso: “o texto é, para o analista de discurso, o lugar da relação com a representação física da linguagem; onde ela é som, letra, espaço, dimensão direcionada, tamanho” (ORLANDI, 1996:60). Pêcheux (apud Orlandi) afirma que discurso “é efeito de sentidos entre locutores”, se firmando como coerência ideológica inscrita na memória discursiva (interdiscursos). O discurso não é apenas uma forma de transmissão de informações, no funcionamento da linguagem que põe em relação sentidos e sujeitos influenciados pela língua e pela história, existe um complexo processo de constituição de sujeitos e sentidos. Estes processos compreendem a “identificação de sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade” (ORLANDI, 2000:21). Sendo assim o discurso não é meramente transmissão de informações.

Tendo em vista essas concepções sobre sujeito e discurso, a Análise de Discurso apresenta a de ideologia, definida como função de relação necessária entre linguagem e mundo. É necessário dizer que a ideologia é interpeladora do sujeito, não é sua propriedade, nem está nele, aparecendo na posição que o sujeito ocupa. Diante do objeto simbólico produzido pelo sujeito que já está determinado ideologicamente, junta-se aí o histórico, o social para dar sentido ao dizível. O sentido se constitui mediante relações discursivas, no qual um discurso se relaciona

com outro, formando um processo contínuo, em que um dito aponta para outros ditos e desta mistura emerge o sentido.

O efeito de sentidos entre sujeitos (locutores) é o discurso. Vários são os tipos de discursos que podem ser visualizados, temos o discurso político, religioso e entre outros.

- a. “Discursos autoritários: aquele em que a polissemia é contida, o referente está apagado pela relação de linguagem que se estabelece e o locutor se coloca como agente exclusivo, apagando também sua relação com o interlocutor.
- b. Discursos polêmicos: aquele em que a polissemia é controlada, o referente é disputado pelos interlocutores, e estes se mantêm em presença, numa relação tensa de disputa pelos sentidos.
- c. Discurso lúdico: aquele que a polissemia esta aberta o referente esta presente como tal sendo que os interlocutores se expõem aos efeitos dessa presença inteiramente não regulando sua relação com os sentidos.”

(ORLANDI, 2001:86)

Este trabalho a que me proponho estará estruturado no discurso polêmico, pois a propaganda emerge um equilíbrio entre o que está posto e o que não esta posto.

No discurso, os sentidos variam de sujeito a sujeito por causa do contexto sócio-histórico e ideológico, o qual é formado a partir do domínio da linguagem e a relação do mesmo com a sociedade. Segundo Orlandi a língua é sujeita ao equívoco e a ideologia é um ritual com falhas em que o sujeito ao significar, se significa. Por isso, dizemos que a incompletude é a condição da linguagem: nem os sujeitos nem os sentidos, logo, nem o discurso, já estão prontos e acabados.

Na AD o não dito é de grande valia, é aquilo que podemos silenciar (diferentes formas de não- dizer) dentro do falar, sem referir diretamente, ou subentender através da linguagem utilizada. Esse subentendido depende do contexto, não podendo ser certo como necessariamente ligado ao dito, mas se mantém o fato de que o não dito é subsidiário ao dito. O silêncio é visto como um representante do que não se pode falar. É também usado na substituição de termos que sugere interpretações diferentes. O silêncio não é, pois, imediatamente visível e interpretável, ele é o real do discurso. É a historicidade inscrita no tecido textual que

pode “devolvê-lo”, torná-lo apreensível, compreensível. O silêncio é assimilado pelo analista, o sujeito, nestes casos exerce papel fundamental. O silêncio é o grande referencial no discurso.

Na AD a imagem é tudo que se pode referenciar através de linguagem. Entendemos que a imagem torna-se visível através da interpretação e ao efeito de sentido que se institui entre a imagem e o olhar e sua interpretação do verbal vai depender do sócio-histórico.

Os processos de significação de imagens, estão restritas a duas vertentes principais para a execução deste trabalho: quando se toma a imagem da mesma forma que como se toma o signo lingüístico, discutindo as questões relativas à arbitrariedade, à imitação, à referencialidade ou quando se toma a imagem nos traços específicos que a caracterizam, como extensão e distância, estabilidade, profundidade, verticalidade, cor, sombra textura e outros. Na AD a imagem pode tomar a posição tanto de sujeito locutor como interlocutor. Entendemos que a imagem é visível através da interpretação e ao efeito de sentidos que se institui entre imagem e olhar. Tomando como base o que foi dito: a imagem dá significação ao discurso.

Salientamos que falar da significação implica falar da interpretação da imagem, como se constitui e como vem sendo utilizada para sustentar discursos produzidos com textos verbais.

A partir das questões vistas e outras que surgirão estaremos analisando a propaganda (anexa). Em todos os momentos cuidaremos para que nossa análise firme olhar nessa teoria, que esta posta nesse quadro.

CAPÍTULO III

SENTIDOS DEPENDEM DO OLHAR

Para falarmos sobre estudos particulares da linguagem, dentro da Análise de Discurso (AD), cabe-nos falar sobre alguns aspectos da linguagem. Cabe ressaltar a importância da linguagem em nossa vida pois mesmo sem perceber, estamos utilizando-a para atuar no meio em que vivemos, ela está em todos os lugares na televisão, nas músicas, nas revistas em outdoors e outros tantos. E através da linguagem que o homem é capaz de entender e ser entendido. Para a Análise de Discurso a linguagem é concebida como o local de intermediação entre o homem e a realidade natural e social. A AD não trabalha a língua em quanto sistema abstrato, mas na sua relação com o mundo, do modo de significar, considerando que o modo de significar depende das condições em que foram produzidas. A linguagem para a AD é opaca não existe transparência, sendo assim procura-se conhecer como o texto significa. Sendo o texto escrito ou não essa forma de linguagem, é que estaremos buscando ver e principalmente os sentidos na propaganda.

Observarmos que esta propaganda utilizou dois recursos bastante usados em propagandas de um modo geral: primeiro apresenta uma situação; dificuldade de tratamento, segundo; a solução para viabilizar esse tratamento.

O primeiro recurso apresenta uma situação, esta por sua vez, é apresentada de forma, que o sujeito leitor, sinta-se parte ou susceptível a ela. Este processo de apresentação é feito em busca de sentidos preexistentes no seu público alvo. Sentidos estes que estão na formação ideológica para assim prender a atenção do mesmo.

Segundo ORLANDI os sentidos sempre são determinados ideologicamente, isto pode ser observado nesta propaganda, a situação é posta através da imagem de uma menina na fase da adolescência sem cabelos, com leve sorriso nos lábios. Esta imagem vinculada a uma casa de amparo aos portadores de câncer sugere de imediato a construção de sentidos, *dificuldade do tratamento do câncer*. Compreendemos que “esta imagem da menina careca” é o sentido talvez mais forte do texto, essa imagem condiciona o leitor a diferentes filiações de sentidos remetendo-as a memórias e circunstâncias que mostram que os sentidos não estão só nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições que eles são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos.

Um dos maiores desafios da linguagem da propaganda é prender a atenção do destinatário, trabalhando a arte de persuadir, de convencer e de levar a ação por meio da criatividade buscando meios estilísticos que façam com que o leitor ou ouvinte prenda a sua atenção ao texto (escrito) ou imagem. O processo metafórico capta com mais eficácia a atenção do leitor, preenchendo o objeto básico da propaganda, que é a provocação através da construção da mensagem, no qual poderá causar um estranhamento do leitor, fazendo com que o mesmo se interesse mais pelo texto, ou melhor, pela propaganda. Observamos que a aparência é o carro chefe das grandes massas. Em outras propagandas vinculadas em revistas de variedades a beleza feminina é bastante explorada. Do ponto de vista dos padrões de nossa sociedade isto é ideologicamente correto, já na situação em que a propaganda aparece com uma adolescente sem cabelos, a imagem com textura em preto e branco, um lado do rosto claro pelo foco da iluminação e o outro escuro pela sombra. Foge aos padrões estéticos de nossa sociedade, assim ocorre o estranhamento, e conseqüentemente a imagem prende a atenção do sujeito leitor.

O segundo recurso mostra a forma de viabilizar o tratamento do câncer. Neste caso mostrar o produto(s) “serviços” concebidos para solução. A solução é trabalhada no decorrer da propaganda, que continuaremos a discutir.

Tomando como base o título desta propaganda, “A vida de Margarida não é uma novela”, visando que a mesma teve sua vinculação em uma revista de variedades, Época nº. 143, datada de 12 de fevereiro de 2001, período em que a empresa de telecomunicação Rede Globo exibia em sua programação a novela “Laços de Família”, a qual tinha como tema principal a enfermidade de uma personagem. Uma jovem que sofria de leucemia (câncer).

Esta propaganda foi vinculada justamente no período em que a audiência da novela estava em todos os níveis da sociedade, e esta por sua vez passou a discutir sobre esta enfermidade. Essa discussão possibilitou que a propaganda tivesse uma ênfase bem maior.

Percebemos isso porque o título fala que a vida da personagem da propaganda não é novela, mas sim um problema real.

Procuramos fazer uma “leitura” indo além do que fica na evidência. Segundo Eni Orlandi, na linguagem tudo é efeito, o discurso são os sentidos que se dão a partir do que se fala, “...os sentidos não estão só nas palavras, nos textos, mas na relação com a exterioridade, nas condições em que eles são produzidos e que não dependem só das intenções dos sujeitos” (Orlandi:2001:39).

Percorrendo esta mesma linha de raciocínio, foi possível perceber que a novela procurou representar o drama vivido pelos portadores da doença o mais próximo da realidade, acionando a memória discursiva na qual a propaganda, numa posição opositora, interage num jogo de imagens em que a personagem que vive a

realidade da enfermidade é remetida as condições de produção da novela, contrastando novela e vida real.

Percebemos a dissociação da personagem Camila, presente na novela da imagem de Margarida, tentando colocá-la como uma personagem da vida real. “Essa é a Margarida.” *Essa*, pronome demonstrativo da 2ª pessoa do singular, exerce a função de sugerir que Margarida é mais uma entre tantas outras na luta contra o câncer. Ela não é uma atriz famosa, mas vive o drama de uma vida real, fazendo parte de um grupo que não é mostrado pelos meios de comunicação, projetando Margarida numa teia de constituição de sujeito.

Nesta propaganda há um trocadilho de palavras em seu título como podemos ver “A vida de Margarida não é uma novela”. Também é possível identificar com o chavão. “Á vida de Margarida não é (*um mar de rosas*) uma novela”, ela apesar do sorriso tem problemas não é uma vida de ficção (uma novela) é a vida real de uma pessoa comum que enfrentou e venceu um grande problema.

Tem-se uma mistificação de que o câncer nem sempre tem cura, mas percebemos que quando descoberto a tempo e fazendo o tratamento adequado numa instituição especializada a maioria dos casos tem cura. Como sugere:

“(...) aos 13 anos descobriu que tinha câncer. Foi aí que se hospedou na Casa Hope para poder começar seu tratamento. Hoje, dois anos depois, esta curada”.

Numa relação em que o silêncio se significa, podemos notar na citação anterior uma legitimação da instituição, pois nos mostra que Margarida foi curada, permitindo a constituição do sentido em relação à eficiência do trabalho oferecido pela Casa Hope. Segundo Orlandi o implícito é o não-dito que se define em relação ao não dizer. O silêncio, ao contrário, não é o dito que sustenta o dizer, mas é aquilo

que é apagado, colocado de lado, excluído. (Orlandi:1997,106). O silenciar (diferentes formas de não dizer) serve para dar margem ao subentendido através da linguagem utilizada. O silêncio é o real do discurso. Neste caso a propaganda trabalha de forma silenciada o real do discurso, que é divulgar a eficiência da instituição e com isto sensibilizar o leitor com o drama da jovem já mencionada, para levantar fundos para instituição.

Percebemos que na língua Inglesa *Hope* significa esperança, sugerindo que durante o período da doença a pessoa vive numa constante esperança de cura. *Casa Hope*: Casa Esperança, local onde existe a possibilidade da realização do sonho da cura.

No final do texto a personagem é colocada como um número estatístico representativo usado pela Instituição para a divulgação dos trabalhos alcançados, servindo também como apelo de Marketing para arrecadação de verbas para a Casa Hope.

“A Margarida é estatística.
70% dos casos de câncer infantil têm cura.
Ajude a Hope a continuar o seu trabalho.”

É possível perceber a função estética, onde faz a diferenciação das letras através do negrito, pois é desejável que a audiência guarde a mensagem. Não sendo difícil imaginar que a linguagem da propaganda tem uma função apelativa, afinal a constante desta linguagem é vender uma idéia, é levar alguém a um comportamento. Inicia-se o texto deslocando a figura de Margarida do anonimato para o lugar de constituição de sujeito e ao final retira essa posição sujeito devolvendo Margarida ao anonimato.

Para a AD o sujeito que produz linguagem, também está reproduzido nela.
Toda imagem é palavra, é linguagem, é sentido, é discurso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Hoje estamos em um mundo globalizado. Refiro-me especificamente aos meios de comunicação. Sejam eles: escritos (jornais, revistas), radiofônicos, televisivos ou internet, levam informações e entretenimento. A fonte financeira destes meios é vender produtos (serviços), e o seu produto (serviço) é veicular propaganda.

Sabendo que os meios de comunicação estão globalizados e que podemos encontrar uma propaganda de uma determinada marca ou produto veiculada na Europa e simultaneamente aqui. A questão não é estar sendo veiculada aqui, e sim, se o seu objetivo esta, ou não sendo alcançado.

Trazendo a questão mais próxima de nós, vemos o nosso país com uma grande extensão territorial, uma má distribuição de renda e com considerável diversidade cultural. Acreditamos que estas situações aliadas ao determinante do produto fazem com que os interessados na veiculação da propaganda escolha quais meios de comunicação utilizar.

Com esta proposta de análise de propaganda procuramos entender como a linguagem e o sentidos funcionam no discurso. Buscamos entender o funcionamento do sentido na linguagem da propaganda. Acreditamos que a propaganda é uma grande forma de linguagem, onde os sentidos pré-existentes (memória discursiva) no individuo interagem, construindo sentidos novos.

Cientes de que este ensaio monográfico é um inicio, não é um todo, e que a busca de entender os sentidos no discurso é provavelmente infinita, acreditamos poder em um futuro próximo dar continuidade a este trabalho.

REFERÊNCIA BIBLIOGRAFICA

EPOCA. Rio de Janeiro: Globo, 2001

FOUCAUT, Michel. **A ordem do discurso**. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2001.

GUIMARÃES, Eduardo. **Os limites do Sentido**: um estudo histórico e enunciativo da linguagem. Campinas, SP: Pontes, 1995.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 2. ed. Campinas, SP: Pontes, 2001.

_____. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 4. ed. Campinas, SP: UNICAMP, 1997.

_____. **Discurso e leitura**. 5. ed. São Paulo: Cortez, Campinas, SP: UNICAMP, 2000.

_____. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 3. ed. São Paulo: Vozes, 1996.

PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Trad. Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas – SP: Pontes 1990.

www.hope.org.com.br/

ANEXO

www.hope.org.br

Ogilvy&Mather

A vida da Margarida não é uma novela.

Essa é a Margarida. Ela não é uma atriz. Não foi escolhida para essa foto porque sabia interpretar, nem porque seu rosto é fotogênico. Ela está aqui porque aos 13 anos descobriu que tinha câncer. Foi aí que se hospedou na Casa Hope para poder começar seu tratamento. Hoje, dois anos depois, está curada. A Margarida não é uma personagem. A Margarida é estatística. 70% dos casos de câncer infantil têm cura. Ajude a Hope a continuar o seu trabalho.



Apoio à
Criança com Câncer

Ligue e faça sua doação
0800 121125